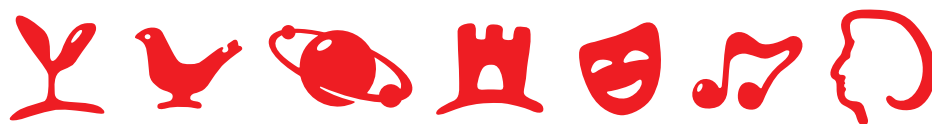


Folder Systemu Identyfikacji Wizualnej  
Marki Mazowsze

**Mazowsze.**  
serce Polski



# spis treści

## 1. logotyp marki

forma podstawowa.....	1.01
forma z claimem .....	1.02
formy dodatkowe.....	1.03
logotyp na siatce modułowej.....	1.04
pole podstawowe .....	1.05
pole ochronne.....	1.06
tła marki.....	1.07
warianty achromatyczne.....	1.08
warianty monochromatyczne.....	1.09
kolorystyka.....	1.10
formy niedozwolone.....	1.11
wielkości minimalne.....	1.12
piktogramy systemowe .....	1.13
zestawienia systemowe.....	1.14
zasady stosowania piktogramów .....	1.15
typografia .....	1.16

## 2. druki firmowe

bilet wizytowy .....	2.01
papier firmowy.....	2.02
koperta C4 z okienkiem.....	2.03
notatnik A5.....	2.04
teczka na dokumenty A4.....	2.05
certyfiikat / dyplom.....	2.06
kalendarz książkowy A4.....	2.07
planer.....	2.08
e-mail.....	2.09
prezentacja PowerPoint.....	2.10

## 3. druki promocyjne

budowa layoutów .....	3.01
ulotka M65.....	3.02
folder A4.....	3.03
karta promocyjna .....	3.04
plakat.....	3.05
billboard .....	3.06

## 4. oznakowanie promocyjne

flaga .....	4.01
banner .....	4.02
roll-up.....	4.03
stand.....	4.04
tablica wystawowa.....	4.05
namiot wystawienniczy.....	4.06
balon .....	4.07

## 5. oznakowanie architektoniczne

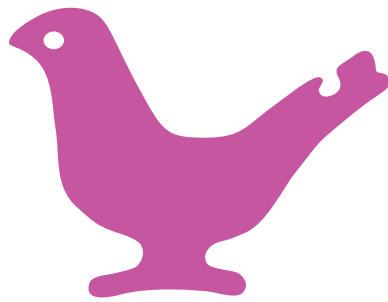
oznakowanie zewnętrzne .....	5.01
oznakowanie wewnętrzne .....	5.02

## 6. oznakowanie samochodów

samochód osobowy.....	6.01
samochód dostawczy.....	6.02

## 7. gadżety

długopis .....	7.01
torba reklamowa.....	7.02
T-shirt .....	7.03
filiżanka / kubek.....	7.04



# 1. logotyp marki





Logotyp marki został zaprojektowany w dwóch wariantach językowych: polskim i angielskim. Forma podstawowa logotypu występuje zawsze w kolorze czerwonym.

**Mazowsze.**

forma podstawowa polskojęzyczna

**Mazovia.**

forma podstawowa anglojęzyczna



Logotyp marki Mazowsze jest zestawiany z claimem (hasłem) „serce Polski” w ściśle określonych proporcjach.

**Mazowsze.**  
serce Polski

forma podstawowa polskojęzyczna z claimem

**Mazovia.**  
heart of Poland

forma podstawowa anglojęzyczna z claimem

System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze zakłada występowanie logotypu w określonych wariantach kolorystycznych. W komunikacji kolor logotypu koresponduje z kolorem piktogramu.

**Mazowsze.**

serce Polski

formy żółte

**Mazovia.**

heart of Poland

**Mazowsze.**

serce Polski

formy pomarańczowe

**Mazovia.**

heart of Poland

**Mazowsze.**

serce Polski

formy zielone

**Mazovia.**

heart of Poland

**Mazowsze.**

serce Polski

formy błękitne

**Mazovia.**

heart of Poland

**Mazowsze.**

serce Polski

formy fioletowe

**Mazovia.**

heart of Poland

**Mazowsze.**

serce Polski

formy różowe

**Mazovia.**

heart of Poland

**Mazowsze.**

serce Polski

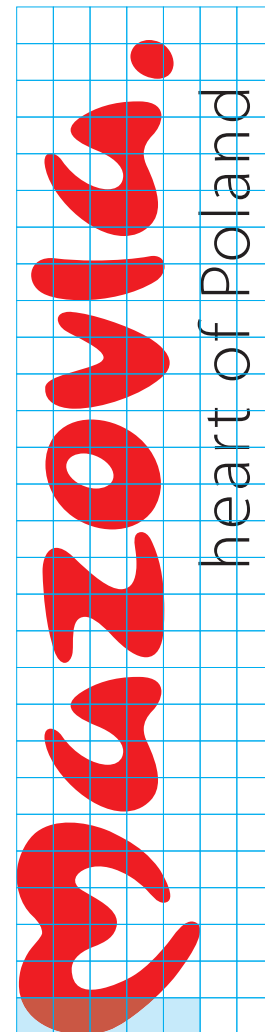
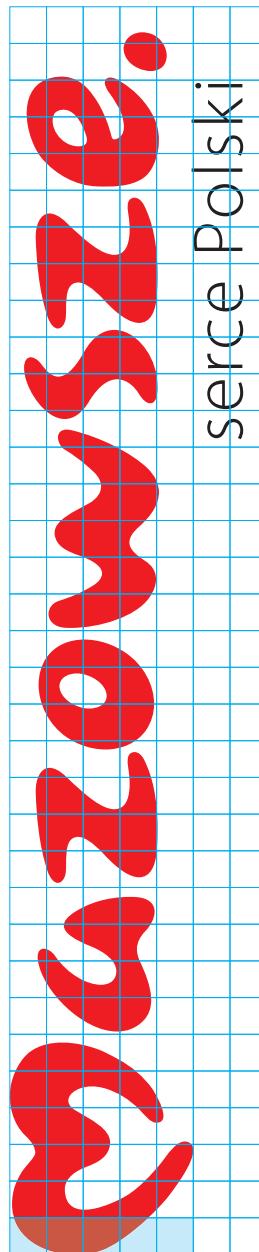
formy szare


**Mazovia.**

heart of Poland



Siatka modułowa określa podstawowe proporcje i wielkości w budowie logotypu. Stosowana jest w przypadku odwzorowania logotypu marki na powierzchniach wielkoformatowych, gdzie zastosowanie formy elektronicznej jest niemożliwe. Modułem konstrukcyjnym jest kwadrat o boku równym 1/5 wysokości litery „M”.

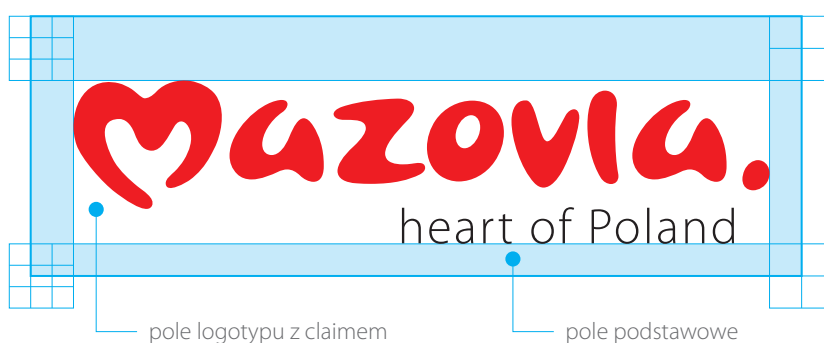


 – moduł konstrukcyjny – kwadrat o boku równym 1/5 wysokości litery „M”



Pole podstawowe definiuje minimalny zamknięty obszar wokół logotypu, w którym logotyp może być użyty.

Do wyznaczenia pola podstawowego użyto modułu konstrukcyjnego – kwadratu o boku równym 1/2 wysokości litery „M”.



konstrukcja pola podstawowego logotypu dla wersji polskojęzycznej i anglojęzycznej



przykład poprawnego zastosowania pola podstawowego  
– forma kasetonu



Pole ochronne definiuje obszar wokół logotypu, w którym nie może pojawić się żadna obca forma, zarówno graficzna, jak i tekstowa.

Do wyznaczenia pola ochronnego użyto modułu konstrukcyjnego – kwadratu o boku równym 1/2 wysokości litery „M”.



pole logotypu z claimem

pole ochronne

konstrukcja pola ochronnego logotypu dla wersji polskojęzycznej i anglojęzycznej



– moduł konstrukcyjny – kwadrat o boku równym 1/2 wysokości litery „M”



przykład poprawnego zastosowania pola ochronnego  
– ingerencja tekstem

**UWAGA!**  
Prostokątne formy opisujące logotypy nie stanowią ich integralnej części, symulują jedynie tło, na jakim znajduje się logotyp.

Podstawowym tłem marki jest tło w kolorze białym. Dopuszcza się stosowanie tła czarnego oraz srebrnego PANTONE 877 C.



tło podstawowe – białe



tło uzupełniające – czarne



tło uzupełniające – srebrne

**UWAGA!**

Prostokątne formy opisujące logotypy nie stanowią ich integralnej części, symulują jedynie tło, na jakim znajduje się logotyp.

Warianty kolorystyczne logotypu mają zastosowanie w tych obszarach komunikacji marki, gdzie wykorzystanie wersji pełnokolorowej jest niemożliwe ze względów technologicznych (na przykład tłoczenie, grawerunek, druk jednokolorowy itp.).



warianty achromatyczne (pozytyw / kontra) – w odcieniach szarości (60% black, 100% black)



warianty achromatyczne (pozytyw / kontra) – czarne (100% black)

## UWAGA!

Prostokątne formy opisujące logotypy nie stanowią ich integralnej części, symulują jedynie tło, na jakim znajduje się logotyp.

Dopuszcza się stosowanie logotypu w wariantach jednobarwnych (monochromatycznych), ale tylko w obrębie przedstawionej na stronie kolorystyki.

pozytyw

negatyw



warianty czerwone



warianty pomarańczowe



warianty żółte



warianty zielone



warianty błękitne



warianty fioletowe



warianty różowe



**UWAGA!**

Kolory opracowania stanowią symulację kolorów docelowych (wydruk z drukarki laserowej) i mogą nieznacznie odbiegać od wartości przedstawionych w tabeli.

Na stronie przedstawiono parametry kolorystyczne znaku marki w zależności od wybranej techniki reprodukcji.

Preferowaną techniką druku jest PANTONE.



Technika reprodukcji / kolor	PANTONE C / U	CMYK	RAL	Folia 3M (100)	Folia ORACAL	Folia AVERY (500)	RGB
CZERWONY MAZOWSZE	185 C / U	0 : 100 : 100 : 0	3020	100-466	032	523	237 : 28 : 36
POMARAŃCZOWY MAZOWSZE	Orange 021 C / U	0 : 65 : 100 : 0	2004	100-14	034	509	224 : 121 : 32
ŻÓŁTY MAZOWSZE	130 C / 116 U	0 : 30 : 100 : 0	1003	100-25	020	516	253 : 185 : 19
ZIELONY MAZOWSZE	368 C / U	50 : 0 : 100 : 0	6018	100-719	063	517	141 : 198 : 63
BŁĘKITNY MAZOWSZE	Pro. Blue C / U	100 : 20 : 0 : 0	5015	100-57	084	510	0 : 149 : 218
FIOLETOWY MAZOWSZE	259 C / U	50 : 90 : 0 : 0	4004	100-597	040	522	144 : 63 : 152
RÓŻOWY MAZOWSZE	239 C / U	20 : 80 : 0 : 0	4003	100-599	041	524	198 : 87 : 160
SZARY MAZOWSZE	430 C / U	10 : 0 : 0 : 60	7046	100-038	076	508	114 : 125 : 132
CZARNY MAZOWSZE	Pro. Black C / U	0 : 0 : 0 : 100	9017	100-12	070	502	35 : 31 : 32
BIAŁY MAZOWSZE	Trans. White C / U	0 : 0 : 0 : 0	9016	100-10	010	501	255 : 255 : 255

tabela kolorów dla technik drukarskich oraz innych technik reprodukcji

Strona ilustruje typowe błędy związane z powielaniem oraz wykorzystywaniem logotypu.

## NIE WOLNO!



dodawać obcych form graficznych



przestawiać elementów składowych



manipulować kolorystyką



zmieniać kolorystyki



zmieniać proporcji elementów składowych



zmieniać liternictwa claimu



obracać i pochylać



mechanicznie zniekształcać  
(ściągać i rozciągać)



stosować perspektywy



usuwać elementów składowych



# 1. logotyp marki

## wielkości minimalne

1.12

**UWAGA!**  
Wymiary podane w milimetrach (mm).

Użycie logotypów mniejszych niż podane poniżej może spowodować utratę ich czytelności.

3 --- **Mazowsze.**

3 --- **Mazovia.**

wielkość minimalna dla logotypów bez claimu

5 --- **Mazowsze.**  
serce Polski

5 --- **Mazovia.**  
heart of Poland

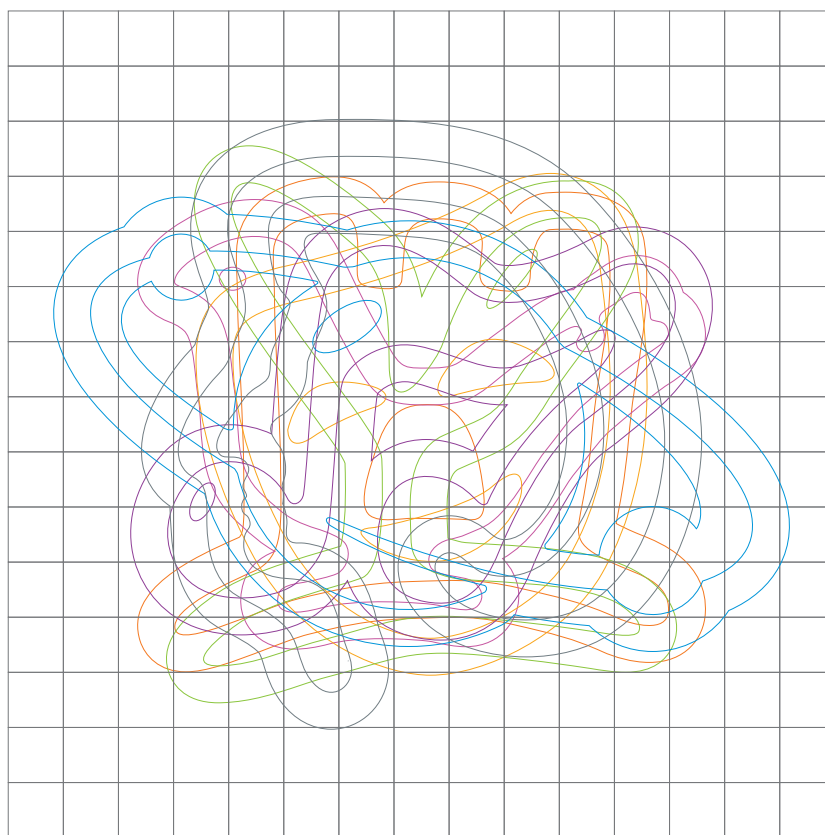
wielkość minimalna dla logotypów z claimem



**UWAGA!**

W przypadku użycia piktogramu na zdjęciu aplikujemy go zawsze z białym outlinem.

Na potrzeby Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze zostały zaprojektowane piktogramy tematyczne, które dedykowane są elementom promocyjnym i reklamowym. Wzbogacają i indywidualizują przekaz marki.



piktogramy na siatce kwadratów





**UWAGA!**

W komunikacji podstawowej piktogramy występują zawsze razem. Nie wolno ich wykorzystywać pojedynczo. W komunikacji wspomagającej kolor piktogramu determinuje kolor logotypu. Piktogramy można skalować względem logotypu i kadrować. Nie są one sztywno przypisane obszarom komunikacji (na przykład piktogram folklor – ptaszek może pojawić się w layoucie poświęconym zarówno turystyce, jak i ekologii). Nie wolno jednak zmieniać ich kolorystyki.

System Identyfikacji Wizualnej zakłada współistnienie dwóch równoległych kanałów komunikacji. Komunikacja podstawowa (czerwona) występuje w oficjalnym przekazie (na przykład bilety wizytowe, papier firmowy itp.). Komunikacja wspomagająca (kolorowa) ma zastosowanie w przekazie promocyjnym i reklamowym (na przykład ulotki, foldery, gadżety itp.).



komunikacja podstawowa

stały układ piktogramów



komunikacja wspomagająca

W komunikacji wspomagającej piktogramy należy dobierać do treści komunikatu.

Istnieją 2 zasady wyboru piktogramu:

1. wspieranie treści komunikatu, poprzez dodanie piktogramu o najbliższym znaczeniu (np. załączenie piktogramu muzyka – nuta do plakatu informującego o koncercie)
2. kontrapunktowanie treści komunikatu tak, aby oddać bogactwo oferty Mazowsza (np. załączenie piktogramu historia – zamek do plakatu informującego o budowie nowoczesnej instytucji kulturalnej).

#### Rozwinięte objaśnienia piktogramów:



**Folklor – ptaszek:** folklor, kontynuowanie tradycji, zespół pieśni i tańca, wyroby hand made, skansen, sztuka, wystawa, wernisaż, atrakcje dla najmłodszych, agroturystyka, turystyka.



**Historia – zamek:** dziedzictwo historyczne, tradycja, atrakcja turystyczna, twierdza, fortyfikacje, ciekawa architektura, inscenizacje wydarzeń historycznych, muzeum, turystyka.



**Muzyka – nuta:** muzyka, koncert, filharmonia, festyn, zabawa taneczna, festiwal muzyczny, atrakcje dla najmłodszych.



**Ekologia – roślina:** ekologia, rolnictwo, agroturystyka, park krajobrazowy, atrakcyjny teren zielony, wydarzenie na świeżym powietrzu, innowacja, pierwsza z nowego cyklu imprez, impreza związana z promocją nowych inicjatyw.



**Kultura – maska teatralna:** wydarzenie teatralne, premiera, festiwal teatralny, wydarzenie kulturalne, teatr, kino, maskarada, zabawa, festyn.



**Nauka – planeta:** nauka, oferta szkolnictwa, odkrycie naukowe, innowacje technologiczne, festiwal naukowy, konferencja naukowa lub gospodarcza, oferta dla wybranej grupy specjalistów, nowa inicjatywa, wydarzenie promujące nowoczesną muzykę lub sztukę.



**Wydarzenie – Chopin:** wydarzenia związane z osobą Fryderyka Chopina, wydarzenia szczególnie wysokiej rangi, wydarzenia o uroczystym charakterze, wydarzenia dla wybranych grup specjalistów, rocznica historyczna, koncerty muzyki poważnej jak również jazzowe i inne.

Podstawowymi fontami marki Mazowsze jest rodzina Myriad Pro w odmianach. Przy tworzeniu przekazu należy dbać o jego czytelność. Hasło powinno być pisane zdecydowanie większym krojem niż pozostałe bloki tekstowe. W przypadku komunikacji internetowej i w edytorach tekstu można stosować zamiennik systemowy – Arial CE.

Myriad Pro Semibold – tytuł

**AĄBCĆDEĘFGHIJKLŁMNŃOÓPQRSŚTUVWXYZŹŻ**  
**aąbccddeęfghijklłmnñoópqrsśtuvwxyzźź**  
**0123456789**

Myriad Pro Regular – tytuł, hasło, tekst

**AĄBCĆDEĘFGHIJKLŁMNŃOÓPQRSŚTUVWXYZŹŻ**  
**aąbccddeęfghijklłmnñoópqrsśtuvwxyzźź**  
**0123456789**

Myriad Pro Light – tekst

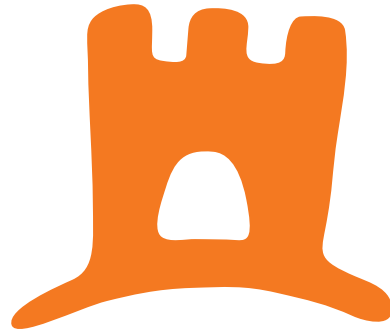
**AĄBCĆDEĘFGHIJKLŁMNŃOÓPQRSŚTUVWXYZŹŻ**  
**aąbccddeęfghijklłmnñoópqrsśtuvwxyzźź**  
**0123456789**

Myriad Pro Condensed – tabele

**AĄBCĆDEĘFGHIJKLŁMNŃOÓPQRSŚTUVWXYZŹŻ**  
**aąbccddeęfghijklłmnñoópqrsśtuvwxyzźź**  
**0123456789**

Myriad Pro Light Condensed – tabele

**AĄBCĆDEĘFGHIJKLŁMNŃOÓPQRSŚTUVWXYZŹŻ**  
**aąbccddeęfghijklłmnñoópqrsśtuvwxyzźź**  
**0123456789**



## 2. druki firmowe



**format:** 85 x 54 mm

**technologia:** druk offsetowy

**materiał:** biały, matowy karton 350 g/m<sup>2</sup>

**UWAGA!**

Wymiary podane w milimetrach.

skala: 100%

1. Myriad Pro Regular – 9 pt
2. Myriad Pro Regular – 7 pt
3. Myriad Pro Light – 6,5 pt

Wymiar biletu wizytowego jest wielkością stałą. Logotyp pozycjonowany jest w lewym górnym rogu formatu.

Informacje tekstowe są umiejscowione według przedstawionych zasad. Bilet wizytowy imienny służy prezentacji pracownika.



bilet wizytowy imienny – front (wariant polskojęzyczny)



bilet wizytowy imienny – front (wariant anglojęzyczny)



bilet wizytowy – tył

**format:** 210 x 297 mm

**technologia:** druk offsetowy

**materiał:** papier ozdobny 80-100 g/m<sup>2</sup>

**UWAGA!**

**Wymiary podane w milimetrach.**

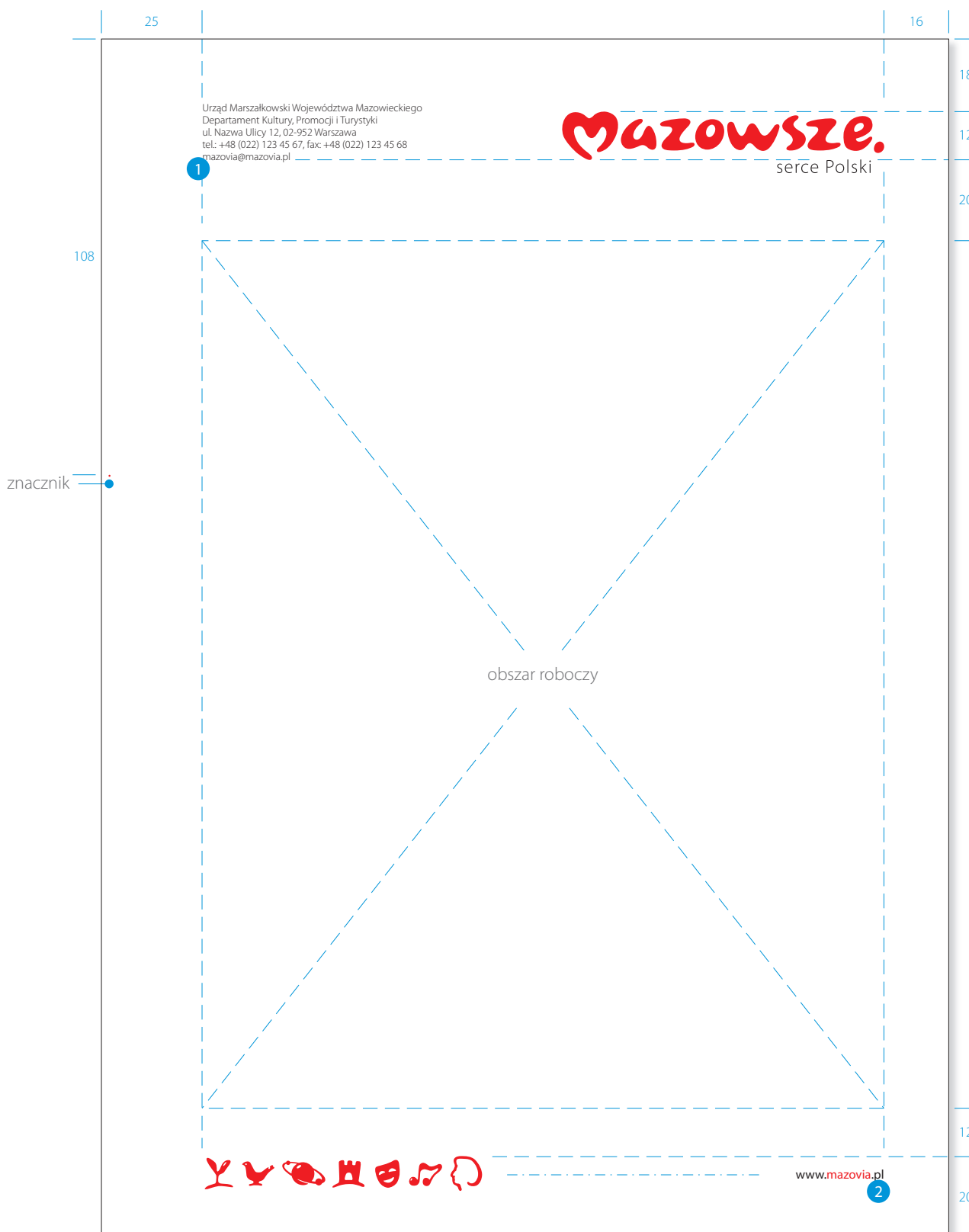
**skala: 70%**

1. Myriad Pro Light – 7,5 pt

2. Myriad Pro Regular – 9 pt

Papier do korespondencji – strona oficjalna występuje wyłącznie w formacie A4. Logotyp pozycjonowany jest w prawym górnym rogu formatu. Pozostałe elementy według wzoru poniżej.

Na stronie zaznaczono miejsce mające ułatwić zgięcie formatu na trzy części.



format: 324 x 229 mm

technologia: druk offsetowy

UWAGA!

Wymiary podane w milimetrach.

skala: 60%

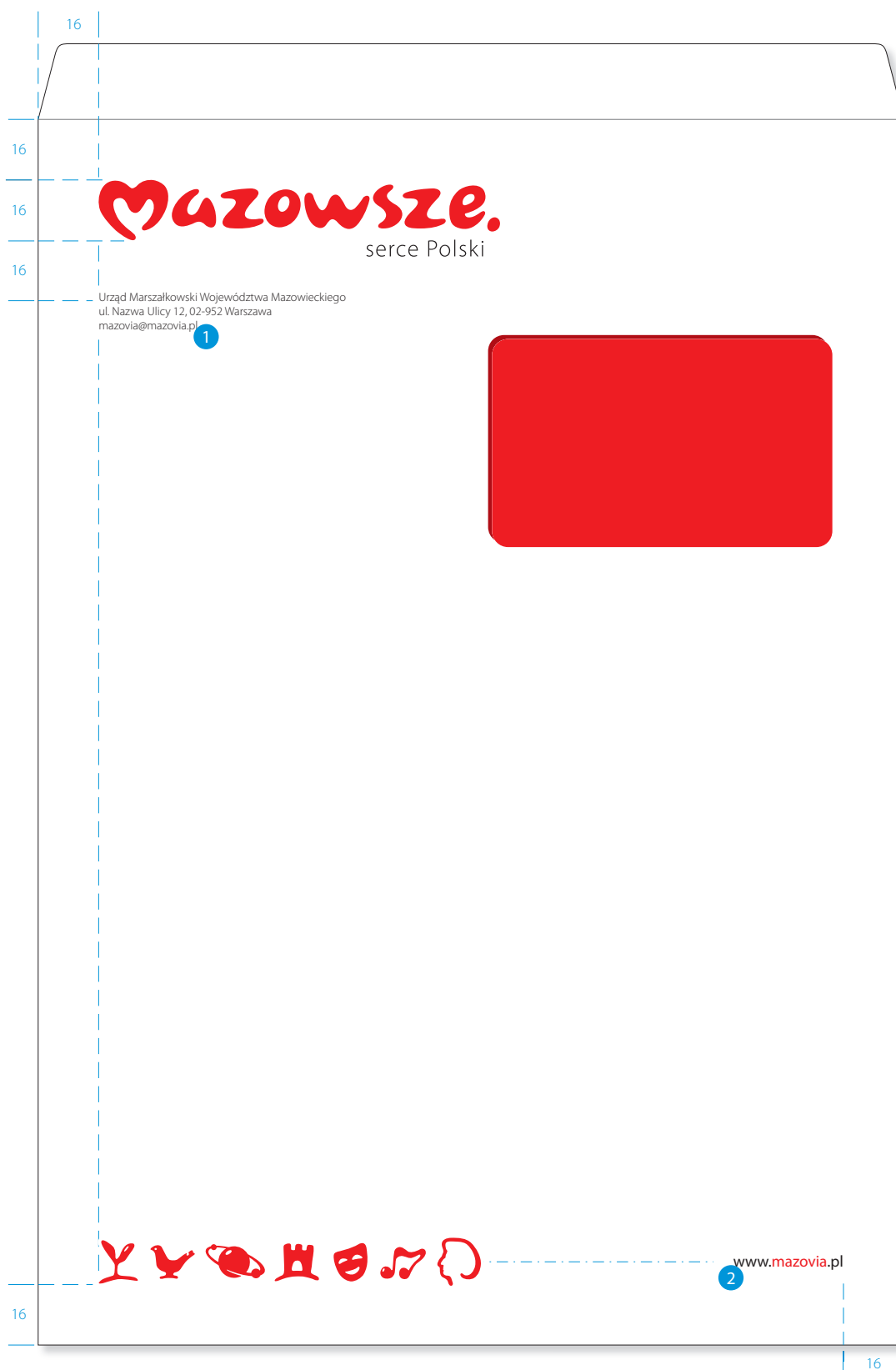
Koperta C4 służy do przesyłania korespondencji A4.

Logotyp pozycjonowany jest w lewym górnym rogu formatu.

Pozostałe elementy według wzoru poniżej.

1. Myriad Pro Light – 9 pt

2. Myriad Pro Regular – 12 pt



**format:** 148 x 210 mm

**technologia:** druk offsetowy

**materiał:** biały, gładki papier 80 g/m<sup>2</sup>  
biały, gładki papier 160 g/m<sup>2</sup>

**UWAGA!**

Wymiary podane w milimetrach.

skala: 60%

1. Myriad Pro Light – 6,5 pt
2. Myriad Pro Regular – 8 pt
3. Myriad Pro Regular – 9 pt

Bloczki klejone są wzdłuż górnej krawędzi po 50, 80, 100 kartek. Wykorzystywane są podczas wizyt u klienta, targów i konferencji, jak również w biurze. Logotyp pozycjonowany jest w prawym górnym rogu formatu.

Pozostałe elementy według wzoru poniżej.





**format:** 437 x 305 mm

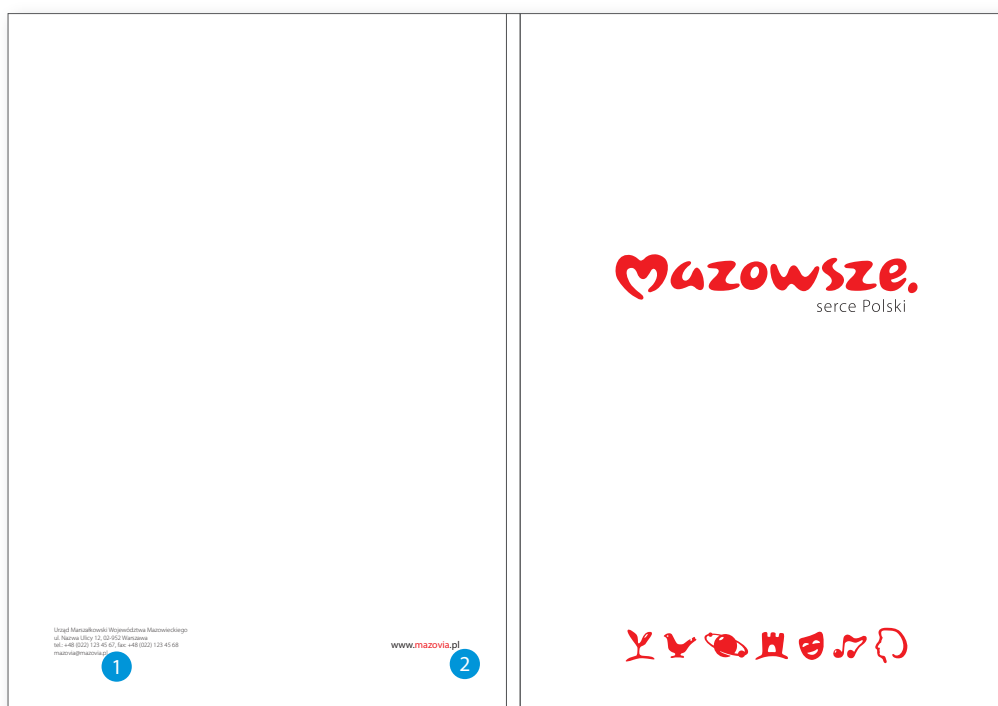
**technologia:** druk offsetowy

**materiał:** biały karton – kreda, folia matowa  
dwustronna 250-300 g/m<sup>2</sup>

1. Myriad Pro Light – 8 pt
2. Myriad Pro Regular – 10 pt

Teczka firmowa służy do przechowywania dokumentów formatu A4.

Logotyp pozycjonowany jest na okładce przedniej w środkowej części formatu. Pozostałe elementy według wzoru poniżej.



strona zewnętrzna



strona wewnętrzna

format: 210 x 297 mm

technologia: druk offsetowy

materiał: papier ozdobny 150-200 g/m<sup>2</sup>

**UWAGA!**

Layout dyplomu i certyfikatu bazuje na siatce traserskiej dla formatu A4 (konstrukcja – str. 3.01).



certyfikat

dyplom

format: 210 x 297 mm

technologia: druk offsetowy

UWAGA!

Layout kalendarza bazuje na siatce traserskiej dla formatu A4 (konstrukcja – str. 3.01).

Folder Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze



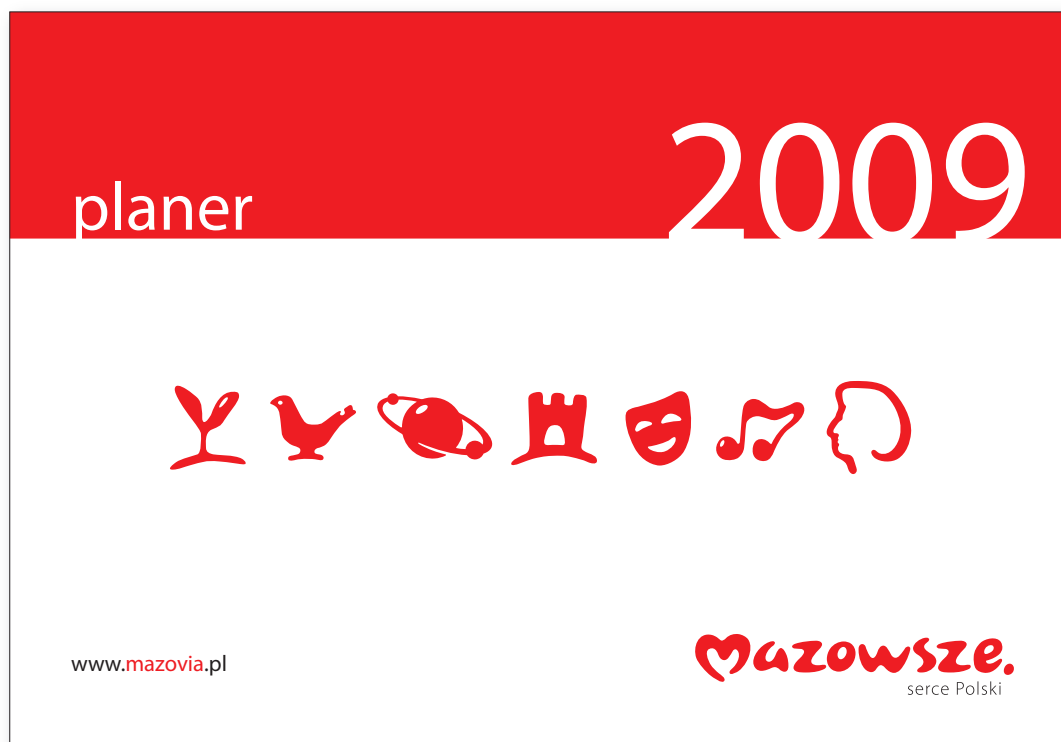
kalendarze książkowe A4

format: 594 x 420 mm

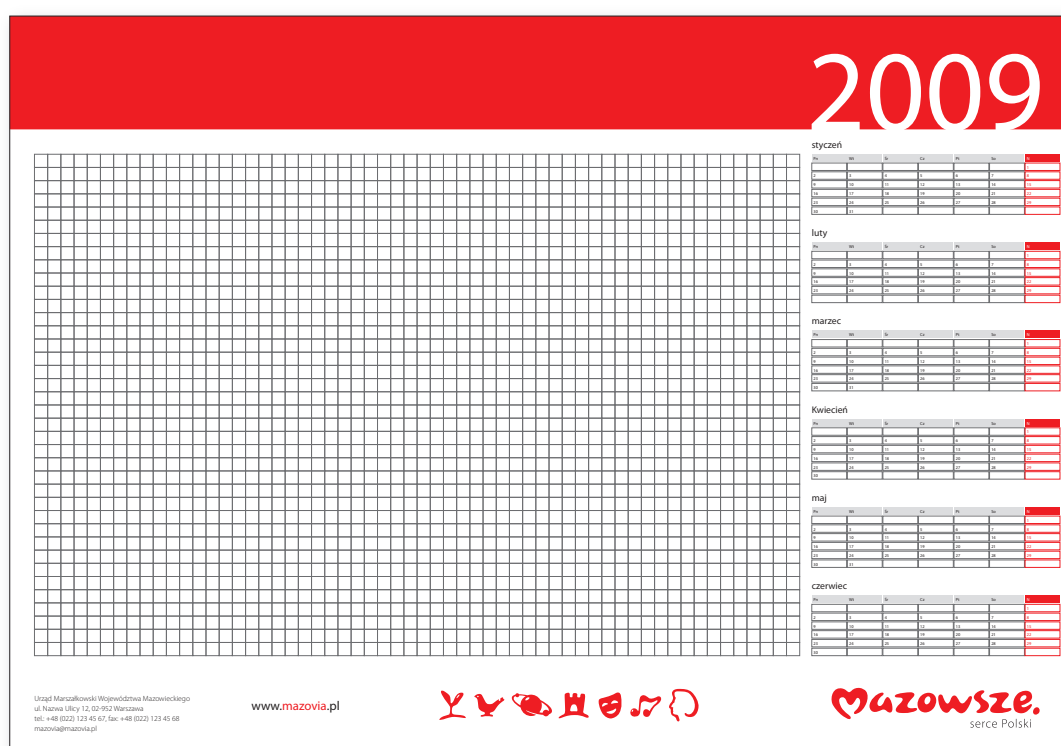
technologia: druk offsetowy

## UWAGA!

Layout planeru oparty jest na konstrukcji siatki traserskiej i wynikających z niej podziałów (str. 3.01).



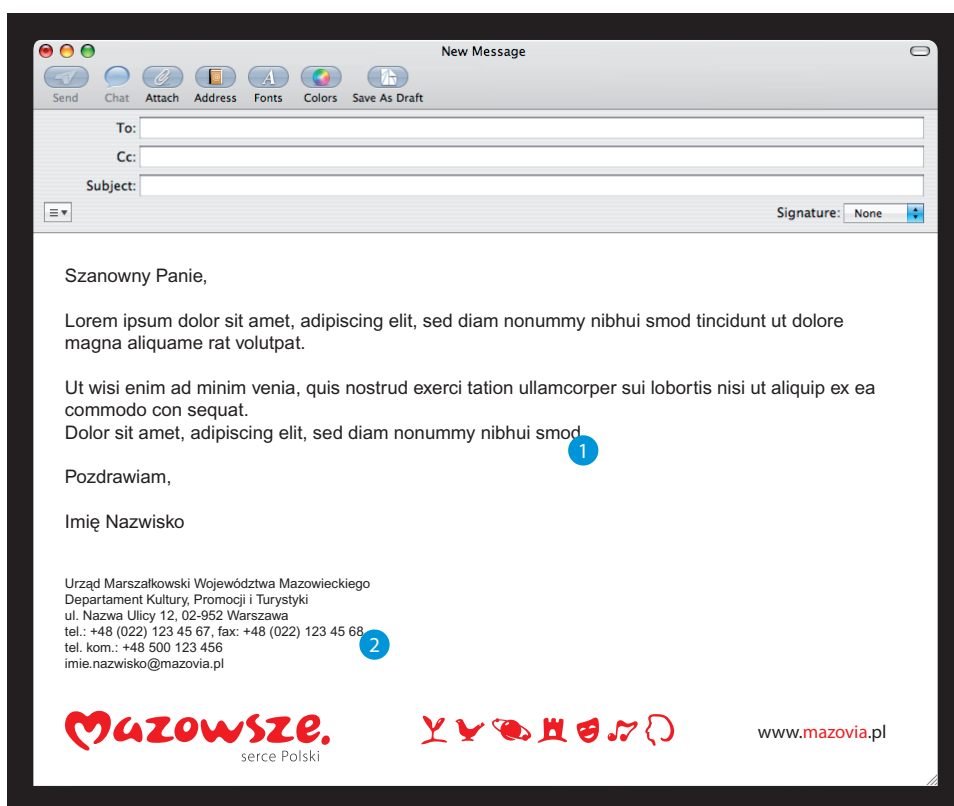
planer – okładka



planer – wnętrze

technologia: program e-mail

1. Arial CE – 10-11 pt
2. Arial CE – 5-6 pt



wiadomość e-mail

format: 254 x 190,5 mm

technologia: program PowerPoint

UWAGA!

Wymiary podane w milimetrach.

Zamieszczony w opracowaniu materiał  
zdjęciowy służy wyłącznie celom edukacyjnym  
i bez zgody autorów nie może być  
wykorzystany komercyjnie.

Na karcie przedstawiono zasady tworzenia  
layoutu slajdu do prezentacji w programie  
PowerPoint. Zamieszczono również  
przykładowe slajdy.



przykłady slajdów prezentacji PowerPoint



### 3. druki promocyjne



**UWAGA!**

Rozkład tekstów oraz materiału zdjęciowego musi mieścić się w przedstawionych na stronie siatkach. W przypadku innych formatów siatki traserskie należy konstruować analogicznie.

**FORMAT:** 210 x 297 oraz 100 x 210 mm

**JEDNOSTKI PODZIAŁU:**

dla formatu A4 – c, d

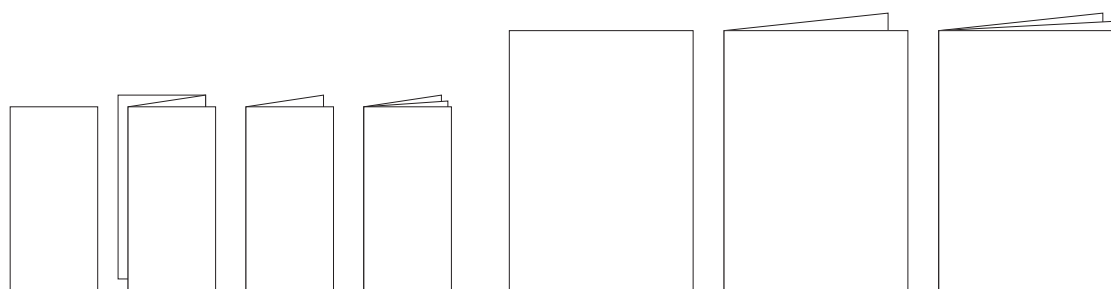
dla formatu M65 – a, b

Strona przedstawia budowę siatki traserskiej dla ulotek, folderów informacyjnych, reklamowych formatu M65 oraz A4. Wszystkie formaty podlegają podziałowi w środku pionowo oraz w stosunku 3:5 poziomo. Przez ten podział przebiega ścieżka.

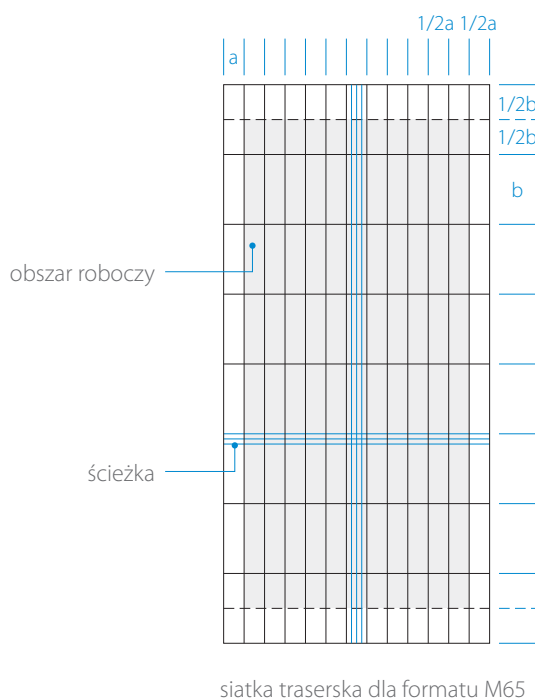
Ilustracje, bloki tekstowe lub inną grafikę umieszcza się nad lub pod ścieżką.

Minimalna szerokość ścieżki w przypadku materiałów drukowanych równa jest 6 mm.

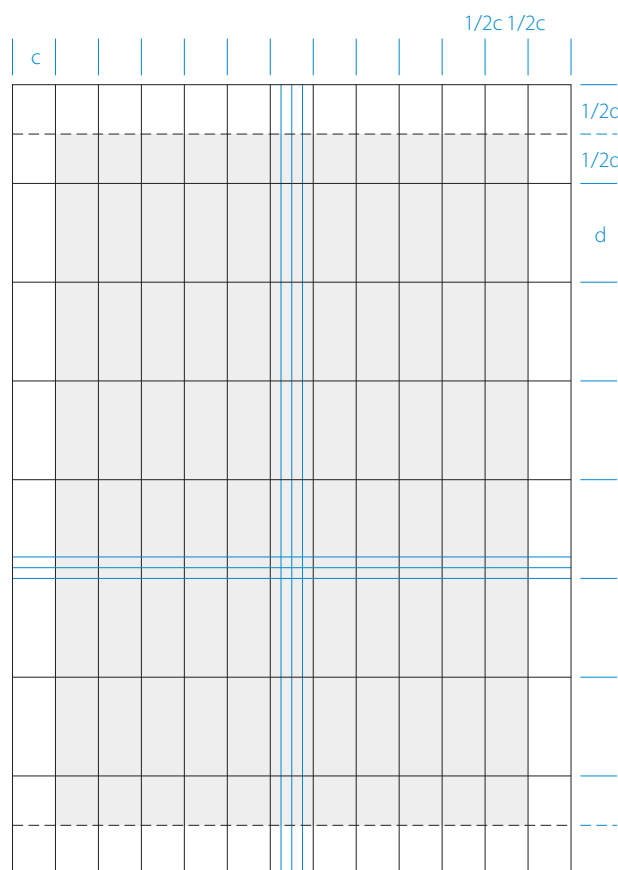
Wszystkie formaty podzielone zostały w stosunku szerokości do wysokości równym 13:8.



schematy materiałów drukowanych dla formatu M65 i A4 (jedno- i wielostronicowych)



siatka traserska dla formatu M65



siatka traserska dla formatu A4



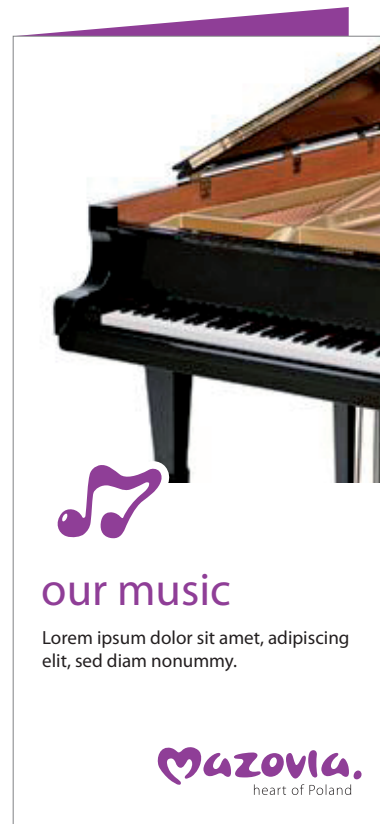
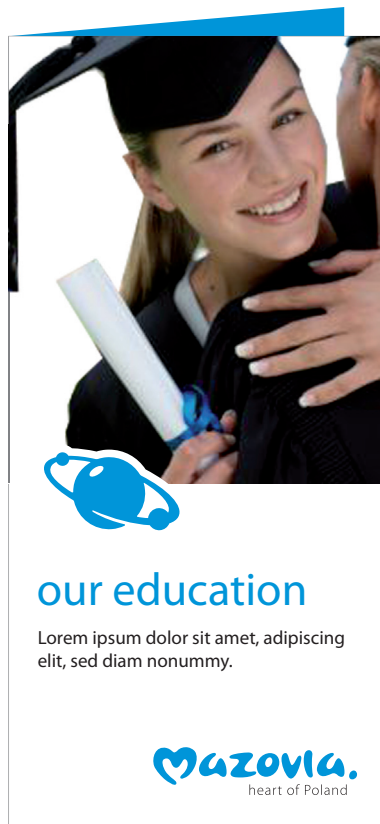
format: 210 x 100 mm

technologia: druk offsetowy

UWAGA!

Zamieszczony w opracowaniu materiał  
zdjęciowy służy wyłącznie celom edukacyjnym  
i bez zgody autorów nie może być  
wykorzystany komercyjnie.

Strona przedstawia przykłady ulotek M65 (DL).



przykłady ulotek M65

format: 210 x 297 mm

technologia: druk offsetowy

UWAGA!

Zamieszczony w opracowaniu materiał zdjęciowy służy wyłącznie celom edukacyjnym i bez zgody autorów nie może być wykorzystany komercyjnie.

Strona przedstawia przykłady okładek i wnętrza folderu A4.

Folder-Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze



## our culture

Lorem ipsum dolor sit amet, adipiscing elit, sed diam nonummy elit, sed diam nonummy.




## our folklore

Lorem ipsum dolor sit amet, adipiscing elit, sed diam nonummy elit, sed diam nonummy.




### lorem ipsum dolor

Lorem ipsum dolor sit amet, adipiscing elit, sed diam nonummy nibh...

### lorem ipsum dolor

Lorem ipsum dolor sit amet, adipiscing elit, sed diam nonummy nibh...

11



### lorem ipsum dolor

Lorem ipsum dolor sit amet, adipiscing elit, sed diam nonummy nibh...

przykłady folderów A4

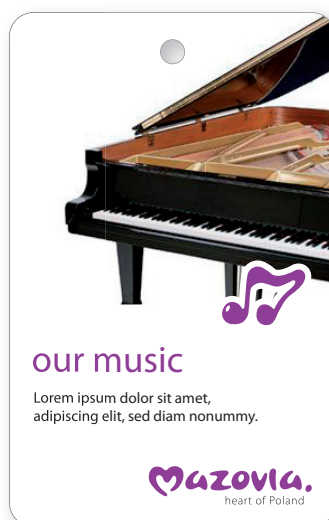
format: 54 x 85 mm

technologia: druk offsetowy

UWAGA!

Zamieszczony w opracowaniu materiał zdjęciowy służy wyłącznie celom edukacyjnym i bez zgody autorów nie może być wykorzystany komercyjnie.

Strona przedstawia przykłady kart promocyjnych (informacyjnych) w formacie standardowej karty kredytowej.



przykłady kart promocyjnych

format: 297 x 420 mm

technologia: druk offsetowy

UWAGA!

Zamieszczony w opracowaniu materiał  
zdjęciowy służy wyłącznie celom edukacyjnym  
i bez zgody autorów nie może być  
wykorzystany komercyjnie.

Strona przedstawia przykłady plakatów  
promocyjnych (informacyjnych) w formacie A3.



przykłady plakatów

## UWAGA!

Zamieszczony w opracowaniu materiał zdjęciowy służy wyłącznie celom edukacyjnym i bez zgody autorów nie może być wykorzystany komercyjnie.

Strona przedstawia przykłady billboardów.



przykłady billboardów



## 4. oznakowanie promocyjne



**format:** 1000 x 3000 mm

**technologia:** sitodruk – jednostronnie

**materiał:** poliester 110-140 g/m<sup>2</sup>

Flagi najlepiej ustawiać w grupach po trzy sztuki na jednej linii. Odległość między masztami powinna zapewniać swobodny ruch płaszczyzn materiału. Zaleca się stosowanie wspornika gwarantującego czytelność logotypu przy silnym wietrze.





## 4. oznakowanie promocyjne

## banner

4.02

**format:** 1000 x 3000 mm

**technologia:** sitodruk – jednostronnie

**materiał:** tworzywo bannerowe

Banner poziomy wykorzystywany jest podczas imprez naukowych, sportowych, promocyjnych, festynów itp.



bannery





**format:** 1000 x 2000 mm

**technologia:** druk full color

**materiał:** specjalny materiał 800 g/m<sup>2</sup>

Na karcie przedstawiono przykład roll-upu w kolorystyce podstawowej.

Przy projektowaniu roll-upów można posłużyć się całym wachlarzem kolorystycznym marki, wykorzystując piktogramy systemowe.



roll-up



stand





tablica wystawowa – front, bok



namiot wystawienniczy





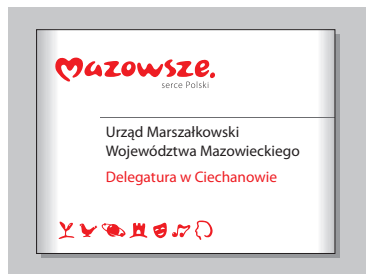
przykłady balonów promocyjnych  
i baloników



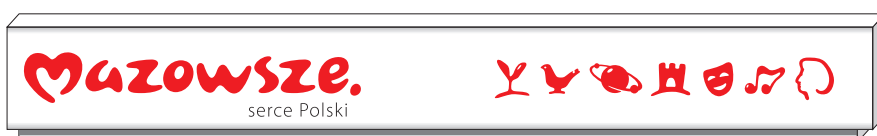
## 5. oznakowanie architektoniczne



Na stronie przedstawiono elementy oznakowania zewnętrznego. Należy pamiętać o zachowaniu pola podstawowego logotypu.



tablica przy wejściu do delegatury



kasetony poziome na szczycie budynku



kasetony frontalny i semaforowy



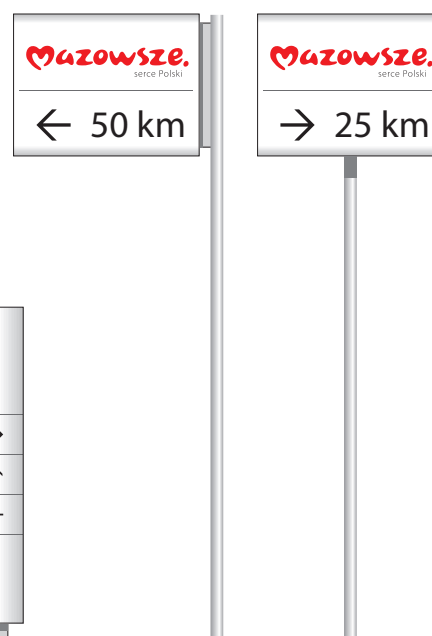
fryz



pylon / witacz



pylon kierunkowy

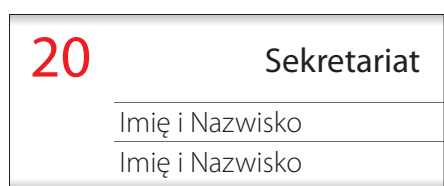


tablice kierunkowe

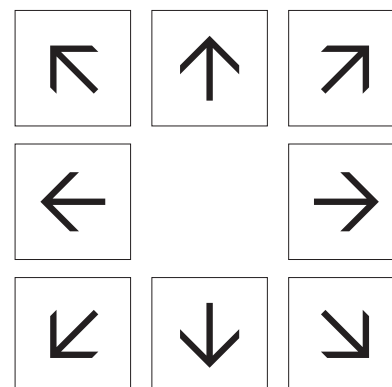


**Mazowsze.**  
serce Polski

logotyp przestrzenny (na ścianie)

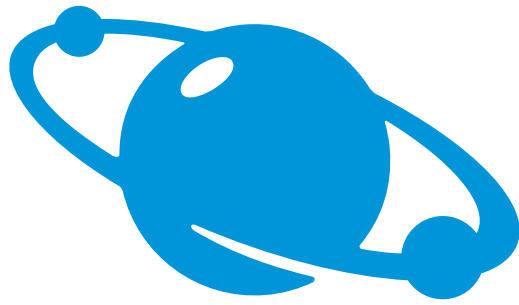


tabliczki na drzwi (przy drzwiach)



strzałki kierunkowe





## 6. oznakowanie samochodów



**UWAGA!**

Zaleca się biały lub srebrny kolor lakieru.

W przypadku ciemnych samochodów kadry kierowniczej logotyp jest aplikowany wyłącznie z tyłu samochodu po prawej stronie. Samochody te nie mają żadnych dodatkowych aplikacji.

Karta ilustruje sposób oznakowania samochodu osobowego. Samochody mają aplikację logotypu z boku na drzwiach oraz z tyłu po prawej stronie.

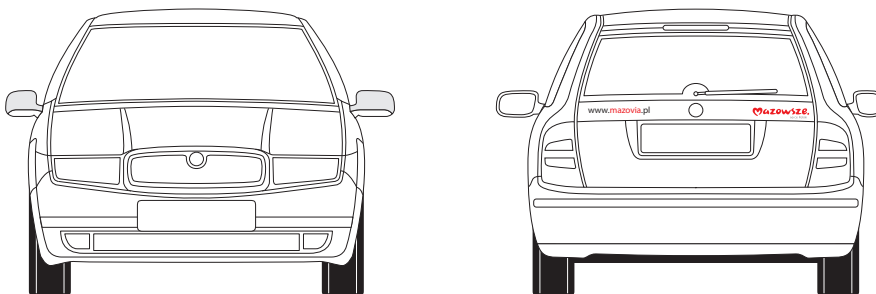
Dodatkowo na boku oraz z tyłu po lewej stronie zamieszcza się adres strony internetowej.



oznakowanie ciemnych samochodów kadry kierowniczej – tył (logotyp 3D srebrny lub srebrny płaski)



bok



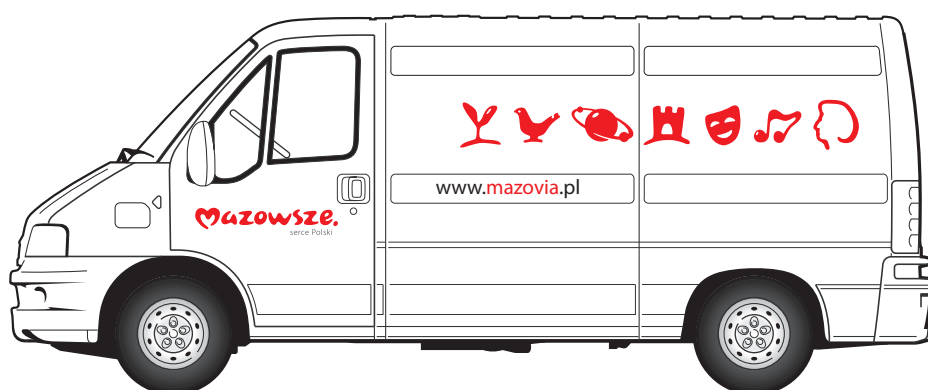
przód i tył

**UWAGA!**

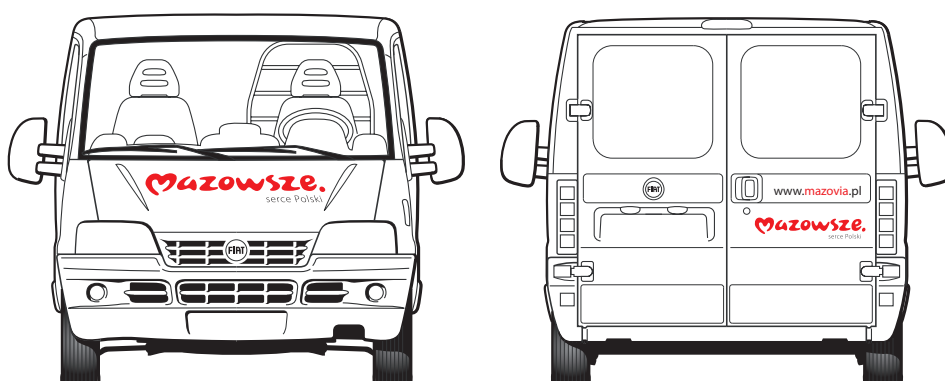
Zaleca się biały lub srebrny kolor lakieru.

Karta ilustruje sposób oznakowania samochodu dostawczego. Samochody mają aplikację logotypu z boku na drzwiach, z tyłu po prawej stronie oraz z przodu na masce.

Dodatkowo na boku oraz z tyłu po prawej stronie zamieszcza się adres strony internetowej.



bok



przód i tył



## 7. gadzety





Gadżety firmowe są ważnym elementem promocji i reklamy. Istotą ich siły jest ilość. Na karcie przedstawiono przykłady długopisów.



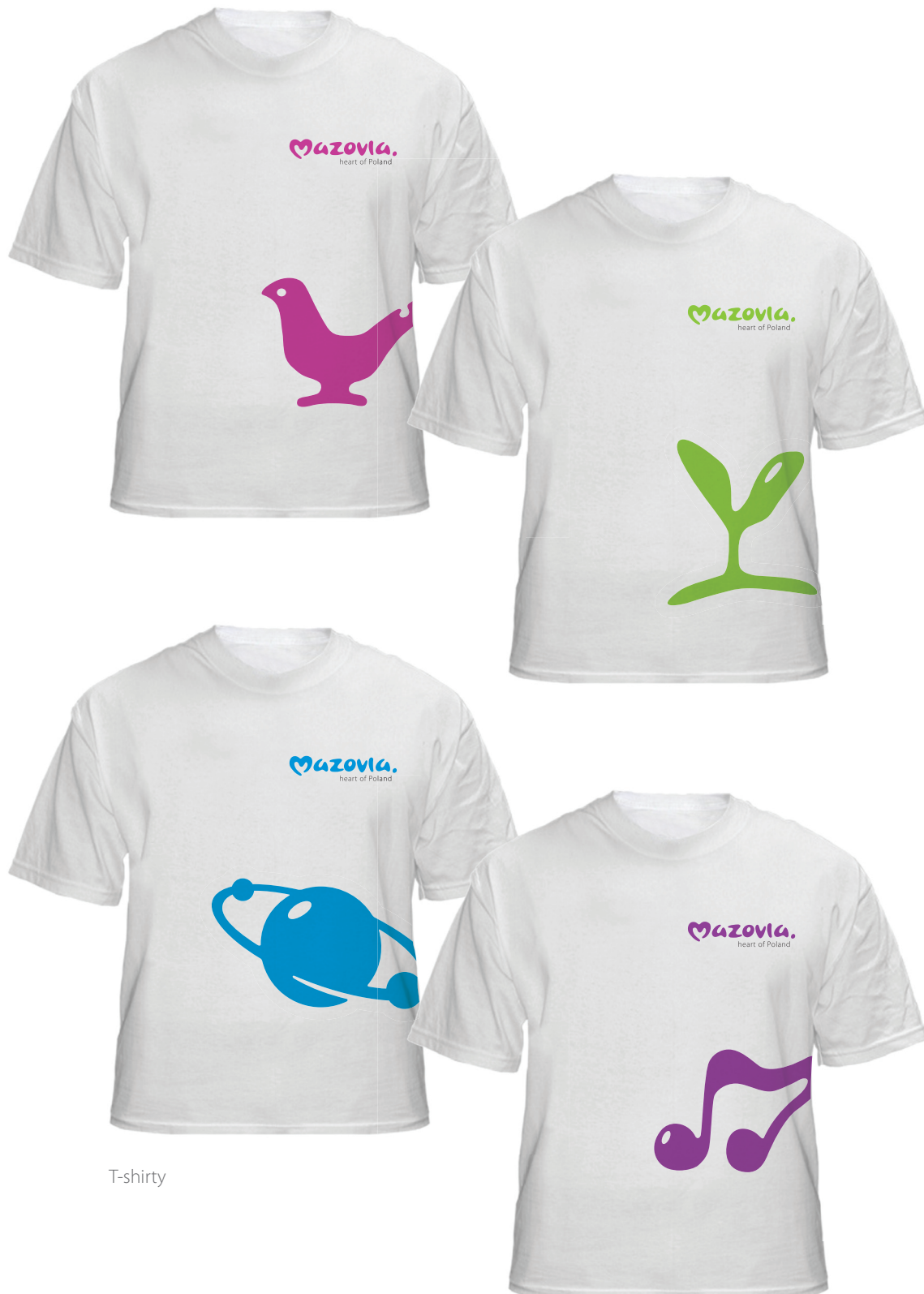
długopisy

Na karcie przedstawiono przykłady toreb reklamowych.





Na karcie przedstawiono przykłady T-shirtów.



T-shirty

Na karcie przedstawiono przykłady kubków i filiżanki.



kubki



filiżanka





BRAND NATURE ACCESS Sp. z o.o.  
ul. Trylogii 30, 01-982 Warszawa  
tel. (+48 22) 569 51 60 (70)  
fax (+48 22) 834 78 88

© by "BNA-Brand Nature Access"  
All Rights of the work reserved.

